

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Latar Belakang.....	2
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Kerangka Pemikiran .....	9
E. Metode Penelitian.....	12
F. Tujuan dan Manfaat penelitian .....	15
G. Jangkauan Penelitian.....	16
H. Sistematika Penulisan .....	16
BAB II .....	18
CITRA PEMERINTAHAN CINA DI MASA PANDEMI COVID-19 .....	18
A. Propaganda “ <i>Chinese Virus</i> ” di Media Sosial Twitter .....	18
B. Dampak Propaganda “ <i>Chinese Virus</i> ” Terhadap Citra Pemerintah Cina sebagai Faktor Penting Identitas Bangsa.....	30
BAB III.....	35
STRATEGI DIPLOMASI DIGITAL PEMERINTAH CINA MELAWAN PROPAGANDA “ <i>CHINESE VIRUS</i> ” DI MEDIA SOSIAL TWITTER .....	35
A. Twitter dan Korelasinya Terhadap Cyber Politics.....	35
B. Diplomasi Digital Pemerintah Cina Melawan Propaganda “ <i>Chinese Virus</i> ” di Media Sosial Twitter .....	38

<b>C. Digital Diaspora Sebagai Aktor Pendukung Diplomasi Pemerintah Cina Dalam Melawan Propaganda “Chinese Virus” .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peningkatan Persepsi Negatif Terhadap Cina di 14 Negara Tahun 2019-2020.....	4
Gambar 1.2	Peningkatan Jumlah <i>Followers</i> Akun Resmi Pemerintah Cina di Media Sosial Twitter tahun 2020-2021 .....	6
Gambar 2.1	Kronologi Pertarungan Narasi antara Cina dan Amerika Serikat atas Covid-19 di Media Sosial Twitter .....	23
Gambar 2.2	Penyerangan Para Politisi Kepada Cina di Media Sosial Twitter .....	25
Gambar 2.3	Data Perbandingan Pengguna Teraktif Twitter dalam Postingan “Covid-19” dan “ <i>Coronavirus</i> ” .....	26
Gambar 2.4	Efek Sosial Stigma Cina Memberikan Pengaruh Besar dalam “Asian Hate” oleh Negara-negara Barat Terhadap Etnis Cina .....	27
Gambar 2.5	Kondisi Pelaku Usaha Pecinan di Yokohama, Jepang.....	29
Gambar 2.6	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap <i>Output</i> Lintas Sektoral di Cina.....	31
Gambar 3.1	Strategi Diplomat Cina dalam Membangun Narasi “ <i>Wolf Warrior</i> ” via Twitter Melalui Taktik <i>Act Tough</i> dan <i>Talk Soft</i> .....	43
Gambar 3.2	Taktik <i>Talk Soft</i> oleh Zhao Lijian dalam Menanggapi Isu Terkait Pandemi Covid-19 di Media Sosial Twitter.....	43
Gambar 3.3	Taktik <i>Talk Soft</i> oleh Akun Resmi Kementerian Luar Negeri Cina dalam Melawan Propaganda “ <i>Chinese Virus</i> ” di Twitter .....	44
Gambar 3.4	Aktivitas “ <i>Reply</i> ” Digital Diaspora Cina Terhadap Tweet Donald Trump Tentang “ <i>Chinese Virus</i> ” .....	46
Gambar 3.5	Aktivitas “ <i>Tweets</i> ” Digital Diaspora Cina atas Propaganda “Kung-Flu” di Media Sosial Twitter.....	50
Gambar 3.6	Aktivitas “ <i>Retweet</i> ” Digital Diaspora Cina terhadap Tweet Donald Trump tentang “ <i>Chinese Virus</i> ” .....	52

## DAFTAR SINGKATAN

API	: <i>Application Program Interface</i>
Covid-19	: <i>Corona Virus Disease</i>
G-7	: <i>The Group of Seven</i>
IGOs	: <i>International Government Organizations</i>
INGOs	: <i>International nongovernment Organitazions</i>
IMF	: <i>International Monetary Fund</i>
KBBI	: <i>Kamus Besar Bahasa Indonesia</i>
MFA	: <i>Ministry of Foreign Affair</i>
MNCs	: <i>Multinational Corporations</i>
WEO	: <i>World Economic Outlook</i>
WHO	: <i>World Health Organization</i>
WSJ	: <i>Wall Street Journal</i>